

Aanknopingspunten voor verslavingspreventie

Richtlijnen en protocollen

Deze rubriek informeert over richtlijnen en protocollen die zijn ontwikkeld door het sinds 1999 opgezette landelijke project Resultaten Scoren. In voorkomende gevallen kunnen ook elders ontwikkelde protocollen en richtlijnen worden samengevat. De rubriek staat onder redactie van Wim Buisman*, onder meer werkzaam als secretaris van de Raad voor Bekwaamheidsontwikkeling (RvBO) bij GGZ Nederland.

Inleiding

In de verslavingspreventie leven veel vragen over de inhoud en vormgeving van dit werk. De publicatie *Vuren op de kust: nieuwe aanknopingspunten voor verslavingspreventie* (Groenewegen-Boer, Oerlemans, Pieters & Plantinga, 2001) beantwoordt een aantal van deze vragen, op basis van interviews en onderzoek naar marketing- en communicatiestrategieën die in de verslavingspreventie voor verbetering en vernieuwing kunnen zorgen. De interviews zijn gehouden met mensen uit de sfeer van de gezondheidsvoorlichting en opvoeding, communicatie en marketing. Wat kan de verslavingspreventie van hen leren? Wat is er nu bekend over effectieve projecten en strategieën uit deze vakgebieden? Hoe beoordelen andere sectoren interventies in de verslavingspreventie? Welke succesvolle theorieën en ideeën zijn bruikbaar in de verslavingspreventie?

Achtergronden

Kwaliteit en innovatie zijn speerpunten bij de ontwikkeling van preventieve interventies. De volgende vragen staan bij de ontwikkeling centraal: welke inhoud heeft de boodschap? Welk doel heeft de boodschap? Hoe kun je het beste met de doelgroep communiceren? De beantwoording van deze vragen veronderstelt een grondige kennis van

* E-mail: wbuisman@ggz nederland.nl.

de doelen en doelgroepen. Verder valt er iets te leren van verwante branches zoals gezondheidsvoorlichting en -opvoeding, marketing en reclame.

Vragen voor verslavingspreventie

In de publicatie komen in korte alinea's de volgende vragen aan bod.

- Hoe ga je om met de druk die van alle kanten op verslavingspreventie wordt uitgeoefend?
- Wat is de zin van 'evidence-based' werken?
- Wat kun je met communicatie bereiken?
- In welke volgorde dienen vragen over de planning van verslavingspreventie beantwoord te worden?
- Is communiceren een doel of een middel om een doel te bereiken?
- Kan communicatie nevensgeschikt zijn aan een ander beleidsdoel?
- Wat zijn de bijzondere kenmerken van sociale marketing, waarbij zowel de doelgroep als de subsidiegever (de overheid) klant is?
- Wat heeft preventie de consument te bieden en hoe wordt dat idealiter overgedragen?
- Hoe leg je de subsidiegever uit wat er te koop is?
- Wat betekent 'maatschappelijk ondernemen' voor de verslavingspreventie?
- Wat is de relevantie van een missie?
- Hoe hoog moet de lat worden gelegd? Ligt die nu altijd te hoog?
- Wat is de toon van de boodschap? Positief of negatief, realistisch of moralistisch?
- Hoe belangrijk is het om een propositie te vinden die voor alle verslavingsvormen te gebruiken is, en deze vervolgens te differentiëren en segmenteren?
- Is het een vereiste om de doelgroep te analyseren om gedrag te veranderen?
- Is gedrag van mensen te voorspellen?
- Is het mogelijk preventiecampagnes te laten aansluiten op de waarden van mensen? En welke waarden zijn voor mijn doelgroep in het bijzonder van belang?
- Kan de boodschap van preventie op een positieve manier worden uitgedrukt?
- Welke drempels moeten worden genomen om doelgroepen te bereiken?
- Wat moeten preventiewerkers zelf doen en wat kunnen ze beter aan anderen overlaten?
- Is het verstandig om succesvolle preventieprogramma's te kopiëren of kun je beter de theorie erachter overnemen?

Kernboodschap

De rode draad in de antwoorden op de bovenstaande vragen is dat de verslavingspreventie een meer positieve boodschap moet uitdragen. Volgens de auteurs kun je mensen pas overhalen wanneer je ze een redelijk alternatief voor hun gedrag kunt bieden. De roep om positivisme komt uit de marketing en reclame. De traditionele boodschap van preventie is negatief gesteld: doe dit niet, eet dat niet, drink zus niet. Preventie zou volgens de auteurs voor alles moeten nadenken over een alternatieve gedragsvorm die mensen op termijn beloont; een gedragsvorm die een reëel alternatief biedt voor dezelfde behoeften.

Meer informatie

De uitgave, voorzien van een overzicht van de geraadpleegde literatuur, is te downloaden op het kennisnet van GGZ Nederland (www.ggzkennisnet.nl > Informatieservice verslavingszorg > Resultaten scores > Vuren op de kust).

Literatuur

Groenewegen-Boer, N., Oerlemans, R., Pieters, R., & Plantinga, D. (2001). *Vuren op de kust, nieuwe aanknopingspunten voor verslavingspreventie*. Amersfoort: Project Resultaten Scores GGZ Nederland.